

信楽の産業ツーリズムの可能性

Possibility of industrial tourism in Shigaraki

1. 信楽のいま

甲賀市信楽地域は、奈良時代中期には、聖武天皇により紫香楽宮が開かれ、奈良の東大寺に先駆け大仏建立の詔が発せられた。また平安時代には、近江と伊勢を結ぶ伊勢参宮街道として栄え、近世に入って東海道が整備されると、水口や土山に宿場が置かれ、これらを中心に街道の産業や文化が栄えた。また、奈良時代中期、聖武天皇が紫香楽宮を造営したことに始まる1,260年の歴史を有し、六古窯に数えられる伝統のある信楽焼と、五大銘茶の朝宮茶の生産が盛んである。

(1) 人口

信楽地域の人口は、近年減少を続けており、平成20年5月末現在で13,595人となっており、平成7年当時に比べて1割近く減少している。

(2) 産業

信楽陶器の生産高は、10年前には150億円程度であったが、近年は落ち込みが著しく平成18年には70億円弱に半減している。特に、廉価な海外製品におされて、食卓用品、花器、植木鉢など一般製品の落ち込みが著しくなっている。

信楽地域には、窯業技術の研究、新素材の開発などを行う「信楽窯業技術試験場」、研修、展示など多様な機能を持つ滋賀県立「陶芸の森」、「MIHOミュージアム」などがあり、海外の陶芸家を招いて行われているアーティスト・イン・レジデンス事業なども注目されている。

さらに、平成18年12月に、甲賀市の『国際陶芸産業都市』特区計画が滋賀県経済振興特区に認定され、「(仮称)信楽陶芸トリエンナーレ」の開催も目指されている。

(3) 観光

信楽地域には、年間約140万人の観光客が訪れている。平成20年2月には、新名神高速道路が部分開通し信楽ICが開設されたことにより、広域アクセス条件が向上した。それにより京阪神圏、中京圏からの来訪者の増加が期待されている。

2. 信楽のツーリズムのかたち

(1) 「窯元散策路の仲間たち展 + SHIGARAKI ACT 2008」

平成20年4月に、「窯元散策路の仲間たち展 + SHIGARAKI ACT 2008」が開催され、3日間(4/4・5・6)でおおよそ4,000人の人が訪れた。主催したのは、窯業を営む窯元の二代目を中心とした「信楽窯元散策路のw a」と、信楽焼にひかれ地域内外で活動する50人のアーティスト・グループ「信楽座」の共同開催。運営は、補助金に頼ることなく、参加者が会費をだしあい手作り

で行われた。

新宮神社を起点にはじまる散策路には、轆轤（ろくろ）をモチーフにした陶板が埋め込まれている。15の工場（こうば）とその間あいに設えられたまちなかアートの数々。くねった小径あり、坂あり、広場あり、登り窯跡の景色、その距離感やシーンの転換も心地よい。窯元のものづくりの現場の空気感、それとは一味ちがうアーティストによる斬新な発想が生んだ作品展示。子どもたちも楽しめるワークショップも行われている。

人気があったのは「陶ビーズ・ラリー」で、窯元・作家それぞれに趣向の凝らされた小さな陶ビーズが各ポイントに用意されており、それを集める喜びも加わって、楽しく巡ることができる。また、途中には、休憩スペースとして、カフェも設けられ、窯元の主力商品である土鍋で炊いたご飯でおにぎりのサービスもある。それぞれの器量にあわせた、もてなしのサービスが行われている。

こうした作陶の現場とそれを生業（なりわい）として営む人びと、道すがら出会うひと、まちの「ほどよくらしがり」を垣間見ることができるイベントに仕上がっている。今回三回目を迎えるイベントであるが、リピーターも多いという。

〔写真〕



（２）着目した地域資源

信楽地域では、人口の減少、産業の低迷など、厳しい状況が続いている。そうした負の産物のひとつが、空き家や空き工場であるが、それらもアーティストの手が加わることにより、雰囲気のある展示空間に生まれ変わっている（写真中）。経済産業省の近代化産業遺産にも認定されている登り窯も同様である（写真右）。

なにより、地場産業は、土地の風土が生み、育んできたものであり、産業とまちをなじませて見せることで、産地の厚みを伝えることに成功していると言える。

（３）担い手の連携

このイベントを推進するにあたって中心的な役割を果たしたキー・パーソンは、「信楽窯元散策路のwa」のリーダーであり、他にも「SHIN-RA」という新商品の開発を行うグループも立ち

上げている。彼のこのイベントに対する思いは、作り手と使い手の交わりを生む機会をつくりたい、というところにある。つまり、信楽焼をどんな人がつくり、どんな窯で焼き、どういう工程で製作されているのかを見せていく。それを見て、感じてもらうことが、その商品について、どんなに多く語るより、多くのことを確かに伝えることができると考えている。そして、食卓やお店に置かれた信楽の陶器から、ものづくりの現場の映像が浮かぶようになることを目指している。

こうした信楽の人と、地域資源の魅力は、外部との輪をさらに広げつつあり、滋賀県立大学が取り組む「近江楽座」のプロジェクト「信・楽・人 shigaraki field gallery project」と「SHIN-RA」との連携により、古民家を階層した展示販売ギャラリー「shiroiro-ie」が開設されている。

「窯元散策路の仲間たち展 + SHIGARAKI ACT 2008」に加え、「春の信楽 アートな歩き方」との連携が起こったことも信楽地域にとっては、画期的なことであったという。作り手に加え、旅館や飲食店が参加するイベントとも連動し始めている。

3. 産業ツーリズムの可能性

(1) 「地域活性化装置」としてのツーリズム

まちの暮らしと生業が元気でなければ、人は魅力を感じることも、その地を訪れることもない。こうした魅力の創出は、まちの人と事業者が担うものである。来訪者が増え、消費が増えるという経済効果だけでなく、まちと来訪者が交わることによって生まれる「誇り」の回復がなにより、まちづくりを促進する。そして、産地においては、事業者も地域の素材をいかした新商品の開発や地域ブランド強化に向けた事業革新を促すことにつながると考えている。

ツーリズムは、まちの元気を創出する「触媒」である。そのコンテンツの企画開発、プログラム化・商品化のプロセスにおいて、多様な主体の参画を促し、地域活性を担うリーダー人材を発掘・養成しながら、来訪者も巻き込んだ主客一体のまちづくりを推進することができるのではないかと考える。

ものづくりの産地においては、消費者、外部専門人材との交流機会を生むツーリズムを通じて、地域資源の掘り起こしを行いながら、産地を知り、商品の背景にある「物語」を体感する場を設けていく。それにより、ブランド力の強化と、産地・作り手のポテンシャルを抑えてきた流通機構の再編につなげることができるのではないかと考える。

あるいは、ツーリズムを通じて、イノベーション（事業革新）を興しうる、持続的な地域づくりを支えるソフトパワーを獲得することができるのではないかと考える。

(2) 事業革新型産業ツーリズムの可能性

新しいツーリズムとして、「事業革新型 産業ツーリズム」を構想したい。その中味として、「顧客接点を生む産業ツーリズム」と「感性価値を高めるデザイナー・ツーリズム」が想定される。

「顧客接点を生む産業ツーリズム」

ものづくりへの関心をもつ人びとを対象にした「知る、学ぶ、体験する産業ツーリズム」。作り手にとっては、ものづくりの現場に必要な「顧客接点」を創出する絶好の機会。産地や製造現場、その土地の風土、物語を体感しつつ、使い手と作り手が直接対話する場を設けることで、作り手にも新たな「気づき」が生まれることが期待される。そこから商品力・地域ブランド力

の強化につなげていく。

「感性価値を高めるデザイナー・ツーリズム」

新商品の開発に向けた素材等を発掘したいデザイナー・クリエイター。商品開発の企画に苦心するマーケッター、プロデューサー。彼ら彼女らを招いて、地元の企業、工業試験場などが集まって産地が誇る素材や技能のプレゼンテーションを行なう。できれば地場の美味しいものをいただきながら、語らいの場も設けたい。そして、時代のニーズを産地に伝え、外部の目線により商品価値を一刀両断するようなバトルが生まれれば、ものづくりのイノベーション（事業革新）につながるだろう。

今回のイベントの中でも、後者で考えている産業ツーリズムの「芽」が生まれている。全国的にも高い評価を得ており大阪を拠点に活躍するクリエイティブ集団「graf」と信楽産地とのコラボレーションが具体的に始まっている。まちを巡り作品を見ることで、出展していた若手作家の作品がプロデューサーの目に留まり、中之島のショップで取り扱われることになった。そして、新しい商品企画の取組みも始まろうとしている。

閉塞気味の産地において、新しいものづくりのきっかけになるような仕掛けとして、ツーリズムを組み込むことにより、一過性ではない相互作用を期待したい。

4. スローなツーリズムを目指して

信楽地域では「スローなツーリズム」を目指しているように見える。

信楽地域のまちの魅力資源である「ほどよい暮らしぶり」。団体で押し寄せ、それを壊すツーリズムは目指していない。窯元と作家とじっくりと語らい、まちなかでたたずみ、休みながらゆっくりと巡るようなツーリズム。

もうひとつ「スロー」の意味があるように思う。こうした実績を残すことで、イベントに参加していない住民、事業者からの評価・理解を少しずつ得ていきながら、まち全体に広げていくこと。時間をかけてもかまわない。地域が主体となり、少しずつ輪をひろげていくことで、誇りを取り戻した先にある、産地の活性化がゴールである。